



**TUGAS AKHIR - SS 145561**

# **ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN UMRAH DI PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL SURABAYA**

Ardityan Purbo Adhitama  
NRP 1314 030 013

Dosen Pembimbing  
Dra. Destri Susilaningrum, M.Si

DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS  
FAKULTAS VOKASI  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA  
2017



**TUGAS AKHIR - SS 145561**

# **ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN UMRAH DI PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL SURABAYA**

Ardityan Purbo Adhitama  
NRP 1314 030 013

Dosen Pembimbing  
Dra. Destri Susilaningrum, M.Si

DEPARTEMEN STATISTIKA BISNIS  
FAKULTAS VOKASI  
INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER  
SURABAYA  
2017



**FINAL PROJECT - SS 145561**

# **THE ANALYSIS OF “UMRAH” SERVICE SATISFACTION IN PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL SURABAYA**

**Ardityan Purbo Adhitama**  
**NRP 1314 030 013**

**Supervisor**  
**Dra. Destri Susilaningrum, M.Si**

**DEPARTMENT OF BUSINESS STATISTICS**  
**FAKULTY OF VOKATIONAL**  
**INSTITUT TEKNOLOGI SEPULUH NOPEMBER**  
**SURABAYA**  
**2017**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN UMRAH DI**  
**PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL**  
**SURABAYA**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Ahli Madya pada  
Departemen Statistika Bisnis  
Fakultas Vokasi  
Institut Teknologi Sepuluh Nopember

Oleh :

**ARDITYAN PURBO ADHITAMA**  
**NRP. 1314 030 013**

**SURABAYA, MEI 2017**

Mengetahui,  
Kepala Departemen Statistika Bisnis  
Fakultas Vokasi ITS,

**Dr. Wahyu Wibowo, S.Si., M.Si**  
**NIP. 19740328 199802 1 001**

Menyetujui,  
Pembimbing Tugas Akhir

**Dra. Destri Susilaningrum, M.Si**  
**NIP. 19601213 198601 2 001**

# **ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN UMRAH DI PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL**

**Nama Mahasiswa : Ardityan Purbo Adhitama**  
**NRP : 1314030013**  
**Departemen : Statistika Bisnis**  
**Dosen Pembimbing : Dra. Destri Susilaningrum, M.Si**

## **ABSTRAK**

Ketertarikan konsumen dalam memilih biro perjalanan umrah tak lepas dari kepuasan pelayanan ibadah umrah, seperti halnya di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya yang merupakan salah satu biro jasa pelayanan haji dan umrah yang mengutamakan kualitas pelayanan, kemudahan, kesesuaian biaya, kenyamanan, dan kekhusyukan jamaah. Kepuasan konsumen terhadap pelayanan ibadah umrah dapat diketahui dengan melakukan suatu penelitian dengan menggunakan beberapa metode statistika antara lain karakteristik konsumen, analisis kesenjangan, dan tes hipotesis perbedaan dua rata-rata data berpasangan. Analisis kesenjangan berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen, serta tes hipotesis perbedaan dua rata-rata data berpasangan yang berguna untuk membandingkan selisih pada setiap pasang data antara harapan dan kenyataan terdapat perbedaan atau tidak dalam kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya. Konsumen yang menjadi objek penelitian merupakan konsumen yang telah menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya pada tahun 2016. Jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu 50 dari 66 konsumen. Hasil analisis yang telah dilakukan didapatkan beberapa kesimpulan antara lain adalah secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap pelayanan umrah dan minat untuk kembali menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya, serta pelayanan yang masih perlu ditingkatkan adalah kebersihan dan kerapian kantor, kemudahan akses informasi, prosedur pendaftaran umrah, jumlah petugas, souvenir Andalus Group, dan petugas berpakaian rapi.

**Kata Kunci :** *Analisis Kesenjangan, Karakteristik Data, Tes Hipotesis Perbedaan Dua Rata-Rata Data Berpasangan , Umrah*

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*

# **THE ANALYSIS OF “UMRAH” SERVICE SATISFACTION IN PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL SURABAYA**

**Student Name** : Ardityan Purbo Adhitama  
**NRP** : 1314030013  
**Department** : Business Statistics  
**Supervisor** : Dra. Destri Susilaningrum, M.Si

## **ABSTRACT**

The customer interest in choosing umrah travel agency is influenced by the satisfying service of the travel agency, just like in PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya which is one of umrah and haj travel agency that priorities in service quality, facility, cost conformity, confortability, and the congress of the congregation. Customer satisfaction in umrah service can be determined by conducting research using some economic methods such as consumer's characteristics, gap analysis, and hypothetical test on the difference of two paired average data. Gap analysis is used to determine the consumer's satisfaction level , and hypothetical test on the difference of two paired average data is used to compare whether there is difference in each pairs of data between expectation and reality of the satisfaction of umrah service of PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya. Consumers that become the research object is the consumer who has already used the umrah service of PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya in 2016. The amount of samples taken in this research are 50 out of 66 consumer. The results of the analysis are. The overall customers are satisfied with the umrah service and willing to reuse the umrah service of PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya, the services which still need to be upgraded are the office cleanness, information access, umrah enrollment procedure, the number of the officers, and the officers tidiness.

**Key Word** : *Characteristic Data, GAP Analysis, Hypothesis test data pairs, Umrah*

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan berkah yang tidak pernah berhenti sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan dengan baik Tugas Akhir yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN UMRAH DI PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL SURABAYA”**. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dra. Destri Susilaningrum, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan motivasi dan informasi hingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ir. Sri Pingit Wulandari, M.Si selaku Kepala Prodi Diploma III Statistika Bisnis ITS, dosen penguji, sekaligus validator dan Mike Prastuti, S.Si., M.Si selaku dosen penguji atas saran dan kritiknya yang membangun.
3. Dr. Wahyu Wibowo, S.Si, M.Si selaku Kepala Departemen Statistika Bisnis ITS.
4. Dosen dan karyawan Departemen Statistika Bisnis ITS yang telah membantu selama kuliah.
5. Pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel yang telah memberikan tempat untuk mengerjakan Tugas Akhir ini.
6. Bapak dan Ibu atas segala doa, kasih sayang, perjuangan dan menjadi penyemangat disaat banyak kendala yang dihadapi sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini
7. Seluruh teman-teman mahasiswa Departemen Statistika Bisnis ITS 2014 memberikan semangat dan dorongan hingga terselesaikannya laporan ini.

Penulis sangat berharap hasil Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua serta saran dan kritik yang bersifat membangun guna perbaikan di masa mendatang.

Surabaya, 29 Mei 2017  
Penulis

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	ix
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 .Latar Belakang.....	1
1.2 .Perumusan Masalah .....	3
1.3 .Tujuan Penelitian .....	3
1.4 .Manfaat Penelitian .....	4
1.5 .Batasan Masalah .....	4
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Statistika Deskriptif .....	5
2.2 Analisis Kesenjangan.....	5
2.3 Tes Hipotesis Perbedaan Dua Rata - Rata Data Berpasangan .....	9
2.4 Skala Likert .....	10
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1 Sumber Data .....	11
3.2 Populasi dan Sampel .....	11
3.3 Variabel Penelitian.....	12
3.4 Validitas dan Reliabilitas .....	14
3.3.1 Uji Validitas .....	14
3.3.2 Pemeriksaan Reliabilitas .....	15
3.5 Metode Analisis .....	16
3.6 Diagram Alir.....	17

## **BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	19
4.1.1 Uji Validitas .....	19
4.1.2 Pemeriksaan Realibilitas .....	20
4.2 Karakteristik Konsumen .....	21
4.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Konsumen .....	21
4.2.2 Karakteristik Usia Konsumen .....	22
4.2.3 Karakteristik Jenis Pekerjaan Konsumen .....	22
4.2.4 Karakteristik Tingkat Pendidikan Konsumen .....	23
4.2.5 Karakteristik Berpergian Umrah Konsumen .....	24
4.2.6 Karakteristik Kepuasan Konsumen .....	25
4.3 Analisis Kesenjangan .....	25
4.3.1 Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Tangibles</i> .....	26
4.3.2 Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Reliability</i> .....	27
4.3.3 Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Responsiveness</i> .....	29
4.3.4 Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Assurance</i> .....	31
4.3.5 Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Emphaty</i> .....	33

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1 Kesimpulan .....	37
5.2 Saran .....	38

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	39
-----------------------------	----

<b>LAMPIRAN</b> .....	41
-----------------------	----

<b>BIODATA PENULIS</b> .....	55
------------------------------	----

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 3.1</b> Variabel Penelitian .....	12
<b>Tabel 3.2</b> Nilai Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i> .....	16
<b>Tabel 4.1</b> Hasil Uji Validitas .....	19
<b>Tabel 4.2</b> Hasil Pemeriksaan Reliabilitas .....	20
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Usia Konsumen .....	22
<b>Tabel 4.4</b> Uji Data Berpasangan Variabel $T_1$ .....	27
<b>Tabel 4.5</b> Uji Data Berpasangan Variabel $A_3$ dan $A_7$ .....	33

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2.1</b> Diagram Kartesius .....	8
<b>Gambar 3.1</b> Diagram Alir Penelitian .....	18
<b>Gambar 4.1</b> Karakteristik Jenis Kelamin Konsumen .....	21
<b>Gambar 4.2</b> Karakteristik Jenis Pekerjaan Konsumen .....	23
<b>Gambar 4.3</b> Karakteristik Tingkat Pendidikan Konsumen .....	24
<b>Gambar 4.4</b> Karakteristik Berpergian Umrah Konsumen .....	25
<b>Gambar 4.5</b> Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Tangibles</i> .....	26
<b>Gambar 4.6</b> Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Reliability</i> .....	28
<b>Gambar 4.7</b> Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Responsiveness</i> ..	30
<b>Gambar 4.8</b> Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Assurance</i> .....	32
<b>Gambar 4.9</b> Analisis Kesenjangan Dimensi <i>Emphaty</i> .....	34

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*



## DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Karakteristik Usia Konsumen ..... 41
Lampiran 2	Nilai <i>Mean</i> dan <i>GrandMean</i> Kenyataan ..... 41
Lampiran 3	Nilai <i>Mean</i> dan <i>GrandMean</i> Harapan ..... 41
Lampiran 4	Uji Data Berpasangan Variabel $T_1$ ..... 42
Lampiran 5	Uji Data Berpasangan Variabel $A_3$ dan $A_7$ ..... 42
Lampiran 6	Data Konsumen ..... 43
Lampiran 7	Data Kenyataan dan Harapan Dimensi <i>Tangibles</i> ..... 45
Lampiran 8	Data Kenyataan dan Harapan Dimensi <i>Reliability</i> ..... 46
Lampiran 9	Data Kenyataan dan Harapan Dimensi <i>Responsiveness</i> ..... 46
Lampiran 10	Data Kenyataan dan Harapan Dimensi <i>Assurance</i> ..... 46
Lampiran 11	Data Kenyataan dan Harapan Dimensi <i>Emphaty</i> ..... 47
Lampiran 12	Tabel r ..... 47
Lampiran 13	Kuesioner ..... 50
Lampiran 14	Surat Pernyataan Data Primer ..... 54

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia mempunyai jumlah penduduk islam terbesar sedunia sehingga penyelenggaraan ibadah haji telah lama menjadi bagian dari tugas negara berlandaskan pada Undang-undang RI Nomor 13 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Peraturan Pemerintah Nomor 79 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Haji. Penetapan kuota haji tahun ini tertuang dalam Keputusan Menteri Agama RI Nomor 64 tahun 2014 menetapkan kuota haji reguler 155.200 dan haji khusus 13.600, setelah dipotong 20% karena ada pembangunan pelebaran Masjidil Haram, Kuota tersebut akan berjalan normal setelah pembangunan selesai dan difungsikan sebagaimana biasanya, Indonesia diperkirakan akan mendapat tambahan kuota sekitar 100 - 150% orang jamaah dari kuota musim haji tahun 2014 (Ampel, 2014).

Umrah memiliki artian mengunjungi kota Makkah untuk melaksanakan ibadah (seperti thawaf dan sa'i) dengan melakukan tata cara tertentu atau istilah lainnya datang ke Baitullah untuk beribadah umrah dengan rukun dan syarat yang telah ditentukan. Umrah berbeda dengan ibadah haji yang boleh dilakukan hanya sekali saja, menunaikan umrah boleh berulang-ulang kali, akan tetapi, hukumnya tetap wajib hanya sekali dalam seumur hidup. Jika seseorang itu mampu dan dapat menunaikannya berulang kali hal ini diperbolehkan umrah juga disebut Hajjul Asghar (haji kecil) (Arifin, 2009).

Ibadah umrah dapat dilakukan kapan saja, kecuali pada hari-hari yang dimakruhkan seperti hari Arafah, Nahar, dan Tasyriq. Ibadah umrah dapat langsung dilakukan dengan ibadah haji yaitu dengan cara melakukan jai tamattu atau qiran. Hal ini karena umrah waktunya yang tidak terikat, waktunya dapat disesuaikan dengan jadwal kerja atau dengan liburan anak anak

sekolah atau dengan memanfaatkan momen-momen tertentu seperti halnya tahun baru, musim semi di daratan Eropa yang berimbas ke beberapa negara negara islam sekitarnya, pada bulan suci Ramadhan, dan lain lain. Jumlah jamaah yang besar menjadikan pokok permasalahan yang besar pula yang sedang dihadapi pada penyelenggaraan umrah di setiap biro jasa layanan umrah.

Saat ini penawaran biro jasa wisata umrah semakin meningkat dengan munculnya perusahaan-perusahaan baru yang menyajikan berbagai macam jenis penawaran yang sangat menarik, akan tetapi dalam proses pengoperasiannya tidak maksimal dan tidak memberikan nilai kepuasan kepada konsumen, sehingga banyak sekali para jamaah yang dikecewakan dengan hal tersebut. Bahkan banyak sekali dijumpai dimedia berita tentang terlantarnya jamaah umrah, kaburnya dan menghilangnya pimpinan biro jasa umrah, penipuan pemberangkatan dengan penawaran harga murah dan lain sebagainya. Keselarasan antara standar operasional prosedur perusahaan dengan kegiatan yang dikerjakan atau dilaksanakan dilapangan harus searah, karena hal ini berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Salah satu biro jasa yang mengutamakan kepuasan konsumen terdapat di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya.

PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya merupakan salah satu biro jasa pelayanan haji dan umrah yang mengutamakan kualitas pelayanan, kemudahan, kesesuaian biaya, kenyamanan, dan kekhusyukan jamaah. PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya merupakan salah satu biro jasa umrah terbesar di Surabaya yang beralamat di Jl. Raya Menganti Wiyung 93C Surabaya. PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya juga telah tergabung dalam Association Of The Indonesian Tours And Travel Agencies (ASITA) dan International Air Transport Association (IATA). Kepuasan konsumen terhadap pelayanan menjadi salah satu faktor penting bagi jamaah dalam memilih biro jasa layanan umrah yang akan

dipilih. Kepuasan konsumen terhadap layanan umrah dapat diketahui dengan beberapa metode statistika yang dapat digunakan, yaitu karakteristik data, analisis kesenjangan, serta tes hipotesis perbedaan dua rata-rata data berpasangan.

Analisis kesenjangan adalah perbedaan antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan (Tjiptono, 2000). Tes hipotesis perbedaan dua rata-rata data berpasangan berguna untuk membandingkan selisih pada setiap pasang data antara harapan dan kenyataan terdapat perbedaan atau tidak dalam kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya (Sugiyono, 2007).

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana karakteristik dari konsumen umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen berdasarkan dimensi kualitas terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut.

1. Memberikan gambaran karakteristik dari konsumen umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan dimensi kualitas terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat bagi pembaca yaitu mengetahui informasi terkait konsumen yang menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya, serta dari hasil analisis yang

didapatkan bagi pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya dapat mengambil kebijakan-kebijakan terkait permasalahan tentang pelayanan umrah untuk dapat meningkatkan pelayanan di periode yang akan datang.

### **1.5 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu konsumen berusia minimal 17 tahun yang beralamat di Surabaya dan telah menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya pada tahun 2016.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Statistika Deskriptif**

Statistika Deskriptif adalah cara pengumpulan dan penyajian suatu data sehingga dapat memberikan informasi yang berguna. Statistika deskriptif berguna untuk memberikan informasi awal yang telah dikumpulkan dan disajikan. Statistik deskriptif dapat menggambarkan karakteristik data yaitu dalam bentuk grafik, dan lain-lain (Walpole, 1995). Karakteristik konsumen pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, serta kepuasan konsumen.

#### **2.2 Analisis Kesenjangan**

Analisis kesenjangan adalah analisis yang dilakukan untuk mengetahui perbedaan antara persepsi pelanggan dan harapan pelanggan. Persepsi pelanggan adalah penilaian subyektif oleh pelanggan atas pengalamannya dalam menggunakan jasa yang ditawarkan. Harapan pelanggan adalah keadaan yang dipercaya oleh pelanggan akan dan harus terjadi. Terdapat faktor utama yang dapat mempengaruhi kualitas jasa, yaitu jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*). Adapun kelima kesenjangan yang dikutip oleh (Tjiptono, 2000), yaitu sebagai berikut.

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen tidak selalu dapat merasakan apa yang diinginkan oleh para pelanggan secara tepat.
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa Mungkin manajemen mampu merasakan secara tepat apa yang diinginkan oleh para pelanggan, namun tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi jasa dan penyampaian jasa Karyawan perusahaan mungkin kurang dilatih atau bekerja

melampaui batas dan tidak dapat dan tidak mau untuk memenuhi standar.

- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan-pernyataan yang dibuat oleh wakil (*representatives*) dan iklan perusahaan.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan Hal ini dapat terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berlainan dan salah mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dikategorikan dalam 5 dimensi kualitas, yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*).

1. Dimensi *Tangibles*  
Dimensi *tangibles* meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan tampilan fisik.
2. Dimensi *Reliability*  
Dimensi *reliability* merupakan kemampuan menyajikan kinerja layanan seperti yang dijanjikan dengan handal dan akurat.
3. Dimensi *Responsiveness*  
Dimensi *responsiveness* merupakan kesediaan untuk membantu para konsumen dan menyediakan layanan dengan cepat.
4. Dimensi *Assurance*  
Dimensi *assurance* mencakup pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan para staff untuk membangun kepercayaan konsumen
5. Dimensi *Emphaty*  
Dimensi *Emphaty* merupakan bentuk kepedulian dan perhatian pribadi kepada konsumen.

Saat pelaksanaan penelitian, metode ini akan digunakan untuk menganalisis secara deskriptif kualitas jasa, dilihat



berdasarkan tingkat kesesuaian antara jasa yang diharapkan (kepentingan konsumen) dengan jasa yang dirasakan (kinerja perusahaan). Tingkat kesesuaian yang dimaksud dalam pelaksanaan penelitian adalah hasil perbandingan skor nilai jasa yang diharapkan (kepentingan konsumen) dengan skor nilai jasa yang dirasakan (kinerja perusahaan). Formula yang digunakan untuk penilaian tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut.

$$Tk_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% \quad (2.1)$$

Keterangan :

$Tk_i$  = Tingkat kesesuaian

$X_i$  = Skor penilaian jasa yang dirasakan

$Y_i$  = Skor penilaian jasa yang diharapkan

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad (2.2)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \quad (2.3)$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata penilaian jasa yang sesuai kenyataan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata penilaian jasa yang sesuai harapan

$n$  = Jumlah sampel

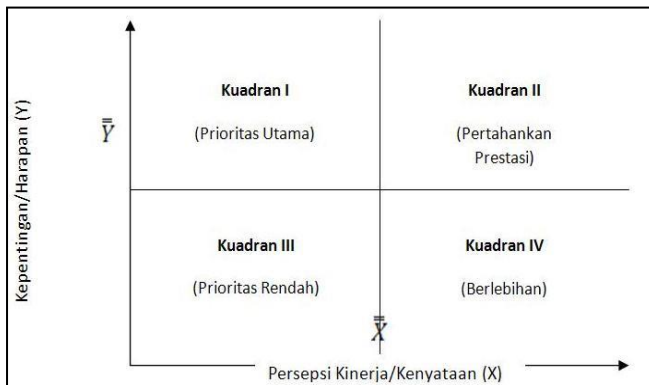
Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah baris yang berpotongan pada titik-titik (X,Y). Untuk X adalah rata-rata dari rata-rata skor jasa yang dirasakan dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor jasa yang diharapkan. Untuk jelasnya rumus yang dimaksud adalah sebagai berikut.

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{K=1}^N \bar{X}}{K} \quad (2.4)$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{K=1}^N \bar{Y}}{K} \quad (2.5)$$

Keterangan :

$\bar{X}$  = Rata-rata skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan  
 $\bar{Y}$  = Rata-rata skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan  
 $\bar{X}$  = Skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan  
 $\bar{Y}$  = Skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan  
 $K$  = Banyaknya faktor



**Gambar 2.1** Diagram Kartesius

Masing-masing dimensi penilaian baik skor rata-rata penilaian jasa yang dirasakan ( $\bar{X}$ ) maupun skor rata-rata penilaian jasa yang diharapkan ( $\bar{Y}$ ) dijabarkan ke dalam empat bagian Diagram Kartesius. Masing-masing kuadran pada Gambar 2.1 dapat dijelaskan sebagai berikut.

1. Kuadran I (prioritas utama) : kuadran ini memuat unsur-unsur pelayanan yang diharapkan sangat tinggi oleh pelanggan, tetapi pada kenyataannya kepuasan terhadap unsur tersebut belum sesuai dengan harapan pelanggan. Tingkat kepuasan

pelanggan masih lebih rendah daripada yang diharapkan. Oleh sebab itu, pelayanan kinerja di kuadran ini harus lebih ditingkatkan.

2. Kuadran II (pertahankan prestasi) : kuadran ini menunjukkan unsur-unsur pelayanan yang harapan pelanggan sangat tinggi, namun kepuasan sudah didapatkan oleh pelanggan.
3. Kuadran III (prioritas rendah) : kuadran ini meliputi unsur-unsur yang kurang diperhatikan oleh pelanggan dan kualitas pelayanannya juga rendah. Peningkatan terhadap unsur ini perlu dipertimbangkan lagi karena pengaruhnya terhadap manfaat yang dirasakan pelanggan sangat kecil.
4. Kuadran IV (berlebihan) : kuadran ini memuat unsur-unsur pelayanan yang dianggap kurang penting oleh pelanggan, namun pelayanannya sudah sangat memuaskan. Peningkatan kinerja pada kuadran ini hanya akan menyebabkan terjadinya pemborosan sumber daya (Supranto, 2001).

### 2.3 Tes Hipotesis Perbedaan Dua Rata-Rata Data Berpasangan

Pada dasarnya tes hipotesis perbedaan dua rata-rata data berpasangan sama dengan pengujian hipotesis harga perbedaan dua rata-rata tanpa berpasangan. Namun, pengujian ini menggunakan rumusan yang berbeda, dimana data-data yang ada saling berpasangan/ terkait (Sudaryono, 2012). Uji hipotesis data berpasangan dapat dianalisis dengan rumus sebagai berikut.

$$H_0 : \mu_K - \mu_H = 0$$

$$H_1 : \mu_K - \mu_H < 0$$

Statistik Uji :

$$t_{hitung} = \frac{\bar{D}}{S_D / \sqrt{n}} \quad (2.6)$$

$$\bar{D} = \frac{D}{n} \quad (2.7)$$

$$S_D = \sqrt{\frac{\sum (D - \bar{D})^2}{n - 1}} \quad (2.8)$$

Daerah penolakan:

Tolak  $H_0$  apabila  $t_{hitung} < -t_{(\alpha; (n-1))}$  atau  $P_{value} < \alpha$

Keterangan :

$\mu_K$  = Rata-rata nilai item kenyataan

$\mu_H$  = Rata-rata nilai item harapan

$D$  = Selisih/ perbedaan data berpasangan

$\bar{D}$  = Rata-rata selisih/ perbedaan data berpasangan

$S_D$  = Standar deviasi selisih/ perbedaan data berpasangan

$n$  = Jumlah sampel

$\alpha$  = Tingkat toleransi kesalahan

## 2.4 Skala Likert

Skala Likert adalah skala yang dapat dipergunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu gejala atau fenomena pendidikan. Skala Likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam kuisioner, dan merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei. Nama skala ini diambil dari nama Rensis Likert, pendidik dan ahli psikolog Amerika Serikat. Rensis Likert telah mengembangkan sebuah skala untuk mengukur sikap masyarakat di tahun 1932 (Djali, 2008).

## BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Sumber Data

Penelitian tugas akhir ini menggunakan data primer yakni data diambil melalui survei langsung kepada konsumen yang menggunakan layanan umrah pada tahun 2016 di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya. Metode sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampling Acak Sederhana (SAS). Waktu penyelesaian survei berlangsung pada tanggal 1 Februari hingga 30 Maret 2017.

### 3.2 Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya, sedangkan sampel diambil adalah jumlah responden yang terpilih dari populasi. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode Sampling Acak Sederhana (SAS). Dengan ukuran Sampel dihitung berdasarkan rumus sebagai berikut (Cochran,1977).

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq} \quad (3.1)$$

Dimana

$$D = \frac{B^2}{z^2_{1-\alpha/2}} \quad (3.2)$$

Keterangan :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi = 66 orang

$B$  = Batas kesalahan = 0.071

$p$  = Proporsi konsumen puas = 0.5

$q$  = Proporsi konsumen tidak puas = 0.5

Batas kesalahan sebesar 0.071 dipilih karena keterbatasan waktu dan tenaga peneliti. Perhitungan pengambilan sampel dapat dijabarkan sebagai berikut.

Untuk  $\alpha = 0,05$  maka  $z_{1-\frac{0,05}{2}} = 1,96 \approx 2$

$$D = \frac{B^2}{z^2_{1-\alpha/2}} = \frac{(0.071)^2}{2^2} = 0.00126$$

$$n = \frac{Npq}{(N-1)D + pq} = \frac{(66)(0.5)(0.5)}{(60-1)(0.00126) + (0.5)(0.5)} = 49,711 \approx 50$$

### 3.3 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan pada penelitian mengenai kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya akan dijelaskan pada Tabel 3.1 sebagai berikut.

**Tabel 3.1** Variabel Penelitian

Dimensi	Variabel	Keterangan	Skala
<i>Tangible</i>	T <sub>1</sub>	Kebersihan dan kerapihan kantor di Surabaya	Likert
	T <sub>2</sub>	Lahan parkir kantor di Surabaya memadai	Likert
	T <sub>3</sub>	Fasilitas hotel di Arab Saudi (tempat salat, tempat jemuran, alat kebersihan, kunci cadangan)	Likert
	T <sub>4</sub>	Transportasi bus selama di Arab Saudi	Likert
	T <sub>5</sub>	Perlengkapan ibadah yang disediakan (kain ihram, mukena, sabuk ihram)	Likert
<i>Reliability</i>	R <sub>1</sub>	Lokasi kantor di Surabaya mudah dijangkau	Likert

**Tabel 3.1 lanjutan**

Dimensi	Variabel	Keterangan	Skala
<i>Reliability</i>	R <sub>2</sub>	Prosedur pendaftaran umrah mudah dipahami	Likert
	R <sub>3</sub>	Kemudahan pengurusan dokumen visa dan surat rekomendasi keberangkatan umrah	Likert
	R <sub>4</sub>	Kejelasan petugas kantor di Surabaya dalam memberikan informasi	Likert
	R <sub>5</sub>	Kemudahan akses mendapatkan informasi (website)	Likert
	R <sub>6</sub>	Kemudahan transaksi pendaftaran umrah	Likert
<i>Responsiveness</i>	Re <sub>1</sub>	Petugas kantor di Surabaya melayani pendaftaran konsumen dengan tanggap	Likert
	Re <sub>2</sub>	Guide/ pemandu umrah	Likert
	Re <sub>3</sub>	Kecepatan petugas dalam mendistribusikan makanan dan minuman selama perjalanan umrah di Arab Saudi	Likert
	Re <sub>4</sub>	Tenaga kesehatan tanggap terhadap keluhan konsumen selama di Arab Saudi	Likert
<i>Assurance</i>	A <sub>1</sub>	Lahan parkir kantor di Surabaya yang aman	Likert
	A <sub>2</sub>	Jumlah petugas telah memadai selama di Arab Saudi	Likert
	A <sub>3</sub>	Kemudahan mendapatkan air Zam-zam di Arab Saudi	Likert
	A <sub>4</sub>	Souvenir Andalus Group	Likert

**Tabel 3.1 lanjutan**

Dimensi	Variabel	Keterangan	Skala
	A <sub>5</sub>	Jadwal keberangkatan umrah tepat waktu	Likert
	A <sub>6</sub>	Adanya asuransi	Likert
<i>Assurance</i>	A <sub>7</sub>	Jarak hotel dengan Masjidil Haram	Likert
	A <sub>8</sub>	Jarak hotel dengan Masjid Nabawi	Likert
<i>Emphaty</i>	E <sub>1</sub>	Petugas kantor di Surabaya peduli dan membantu konsumen untuk memenuhi persyaratan pendaftaran yang kurang	Likert
	E <sub>2</sub>	Keramahan petugas kantor di Surabaya dalam melayani konsumen	Likert
	E <sub>3</sub>	Petugas kantor di Surabaya berpakaian rapi	Likert
	E <sub>4</sub>	Pelayanan yang baik selama di hotel Arab Saudi	Likert

Keterangan :

Skala 1 : Sangat Tidak Puas

Skala 2 : Kurang Puas

Skala 3 : Biasa

Skala 4 : Puas

Skala 5 : Sangat Puas

### **3.4 Validitas dan Reliabilitas**

Validitas dan reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini berguna untuk mengetahui tingkat kebenaran dan tingkat kepercayaan dari masing-masing pernyataan yang diisi oleh responden terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya.

#### **3.4.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah data yang telah didapat setelah penelitian merupakan data yang valid dan alat



ukur yang digunakan (kuesioner) (Saifuddin A, 2000). Alat pengukur yang sah akan mempunyai validitas yang tinggi, begitu pula sebaliknya. Untuk menguji validitas alat ukur atau instrument penelitian, terlebih dahulu dicari nilai (harga) korelasi dengan menggunakan rumus koefisien korelasi *product moments pearson* sebagai berikut:

Perumusan hipotesis

$H_0$  : Hasil pengukuran tidak valid

$H_1$  : Hasil pengukuran valid

Statistik uji :

$$r = \frac{n \left( \sum_{i=1}^n x_i y_i \right) - \left( \sum_{i=1}^n x_i \right) \left( \sum_{i=1}^n y_i \right)}{\sqrt{\left[ n \sum_{i=1}^n x_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n x_i \right)^2 \right] \left[ n \sum_{i=1}^n y_i^2 - \left( \sum_{i=1}^n y_i \right)^2 \right]}} \quad (3.3)$$

Keterangan :

R : Koefisien korelasi produk momen

x : Skor tiap pertanyaan / variabel

y : Skor total

n : Jumlah sampel

Daerah Penolakan : Tolak  $H_0$  jika  $r > r_{(n-2, \alpha)}$

### 3.4.2 Pemeriksaan Reliabilitas

Reliabilitas berarti dapat dipercaya, dapat diandalkan, bersifat ajeg, stabil, dan konsisten. Jadi, konsep reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya, artinya pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama akan memberikan hasil yang sama dalam beberapa kali pengukuran selama aspek yang diukur tidak berubah. Secara empiris, tinggi rendahnya reliabilitas ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Semakin tinggi koefisien reliabilitas maka konsistensi antara hasil pengenaan dua tes tersebut semakin baik dan hasil ukur kedua tes itu dikatakan semakin reliabel, demikian

pula sebaliknya (Saifuddin A, 2000). Koefisien reliabilitas yang sering digunakan adalah *Alpha Cronbach*.

$$r = \left( \frac{k}{k-1} \right) \left( 1 - \frac{\sum_{b=1}^k \sigma_b^2}{\sigma_{tot}^2} \right) \quad (3.4)$$

Keterangan.

$r$  : Koefisien reliabilitas *Cronbach's Alpha*

$k$  : Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$  : Jumlah varians butir

$\sigma_{tot}^2$  : Varians total

**Tabel 3.2** Nilai Koefisien *Cronbach's Alpha*

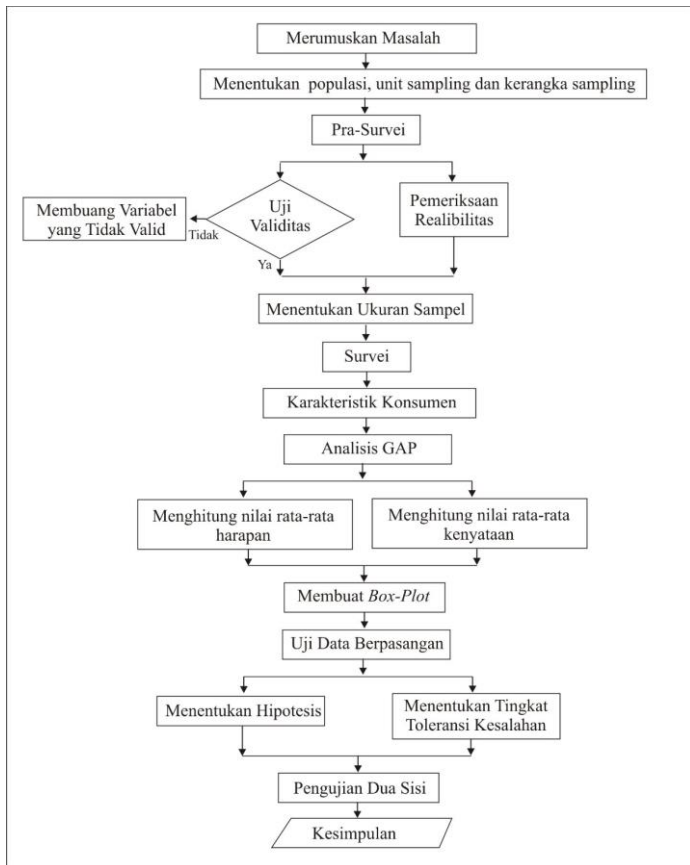
Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria
0,00 - 0,20	Kurang Reliabel
0,21 - 0,40	Agak Reliabel
0,41 - 0,60	Cukup Reliabel
0,61 - 0,80	Reliabel
0,81 - 1,00	Sangat Reliabel

### 3.5 Metode Analisis

Metode analisis merupakan metode-metode yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian. Metode analisis deskriptif digunakan untuk menjawab tujuan tentang karakteristik konsumen. Tingkat kepuasan konsumen dapat diketahui dengan menggunakan analisis kesenjangan. Adapun perbedaan atau kesenjangan antara harapan dan kenyataan tentang kepuasan dianalisis menggunakan pengujian hipotesis dua rata-rata data berpasangan. Langkah-langkah analisis yang digunakan dalam penyelesaian penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

1. Merumuskan masalah
2. Menentukan populasi, unit sampling, dan kerangka sampling
3. Melakukan pra survei
4. Menguji validitas dan reliabilitas
5. Menentukan ukuran sampel
6. Melakukan survei dengan mengumpulkan data pada konsumen yang menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya
7. Melakukan analisis karakteristik data pada konsumen yang menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya
8. Melakukan analisis kesenjangan pada konsumen yang menggunakan layanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya
  - a. Menghitung rata-rata harapan
  - b. Menghitung rata-rata kenyataan
  - c. Membuat *box-plot* antara rata-rata harapan dan kenyataan
9. Melakukan tes hipotesis perbedaan dua rata-rata data berpasangan
  - a. Menentukan  $H_0$  dan  $H_1$
  - b. Menentukan tingkat toleransi kesalahan ( $\alpha$ )
  - c. Melakukan pengujian untuk dua sisi, satu sisi kanan, atau satu sisi kiri
  - d. Membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{\left(\frac{\alpha}{2}; df(n-1)\right)}$
  - e. Tolak  $H_0$  apabila  $t_{hitung} > t_{\left(\frac{\alpha}{2}; df(n-1)\right)}$
10. Interpretasi hasil dari olahan data
11. Menarik kesimpulan dan saran.

Adapun diagram alir penelitian diberikan pada Gambar 3.1.



**Gambar 3.1** Diagram Alir Penelitian

## BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini diperoleh melalui survei dengan menggunakan instrumen kuesioner yang dapat dilihat pada Lampiran 13, maka dilakukan uji validitas dan pemeriksaan reliabilitas pada sampel sebanyak 50 responden. Hal ini untuk mengetahui sejauhmana kuesioner bisa dipahami responden, selain itu untuk melakukan pemeriksaan tentang kevalidan dan juga kereliabelan kuesioner dalam mengukur apa yang dikehendaki pada pertanyaan-pertanyaan dengan bentuk tertentu.

#### 4.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk mengetahui keadaan yang menggambarkan tingkat instrumen yang bersangkutan mampu mengukur apa yang akan diukur mengenai kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya. Tabel r tabel dapat dilihat pada Lampiran 12. Berikut merupakan hasil uji validitas dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden.

$H_0$  : Hasil pengukuran tidak valid

$H_1$  : Hasil pengukuran valid

Daerah Penolakan : Tolak  $H_0$  jika  $r_{hitung} > r_{(50-2,0.05)}$

Statistik uji berdasarkan rumus (3.3) dengan hasil sebagai berikut.

**Tabel 4.1** Hasil Uji Validitas

Variabel	Korelasi	$r_{tabel}$	Keputusan	Kesimpulan
T <sub>1</sub>	0,7094	0,2787	Tolak $H_0$	Valid
T <sub>2</sub>	0,5833	0,2787	Tolak $H_0$	Valid
T <sub>3</sub>	0,5846	0,2787	Tolak $H_0$	Valid
T <sub>4</sub>	0,5582	0,2787	Tolak $H_0$	Valid
T <sub>5</sub>	0,6796	0,2787	Tolak $H_0$	Valid
R <sub>1</sub>	0,5678	0,2787	Tolak $H_0$	Valid
R <sub>2</sub>	0,6816	0,2787	Tolak $H_0$	Valid

**Tabel 4.1 lanjutan**

Variabel	Korelasi	$r_{tabel}$	Keputusan	Kesimpulan
R <sub>3</sub>	0,7756	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
R <sub>4</sub>	0,6957	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
R <sub>5</sub>	0,7889	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
R <sub>6</sub>	0,8008	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
Re <sub>1</sub>	0,5733	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
Re <sub>2</sub>	0,6299	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
Re <sub>3</sub>	0,7246	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
Re <sub>4</sub>	0,8130	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>1</sub>	0,5890	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>2</sub>	0,6773	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>3</sub>	0,8152	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>4</sub>	0,7138	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>5</sub>	0,6620	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>6</sub>	0,6341	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>7</sub>	0,6963	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
A <sub>8</sub>	0,6462	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
E <sub>1</sub>	0,7283	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
E <sub>2</sub>	0,7818	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
E <sub>3</sub>	0,7313	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid
E <sub>4</sub>	0,7912	0,2787	Tolak H <sub>0</sub>	Valid

#### 4.1.2 Pemeriksaan Reliabilitas

Pemeriksaan reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan hasil pengukuran dapat dipercaya dan dapat diandalkan. Berikut merupakan hasil pemeriksaan reliabilitas kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden yang merujuk pada rumus (3.4).

**Tabel 4.2** Hasil Pemeriksaan Reliabilitas

Dimensi	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Tangibles</i>	0,5986	Cukup reliabel

**Tabel 4.2 lanjutan**

Dimensi	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
<i>Reliability</i>	0,8055	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,6215	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,8324	Sangat reliabel
<i>Emphaty</i>	0,7519	Reliabel

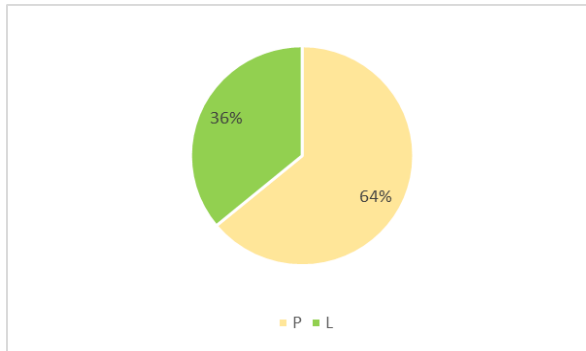
Tabel 4.2 menunjukkan bahwa semua dimensi pada tingkat kepuasan terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya sudah reliabel yang berarti semua pernyataan yang ada dalam setiap dimensi kualitas sudah dapat dipercaya.

## **4.2 Karakteristik Konsumen**

Karakteristik konsumen di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya yang menjadi objek penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, serta kepuasan konsumen. Hasil analisis karakteristik data mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya adalah sebagai berikut.

### **4.2.1 Karakteristik Jenis Kelamin Konsumen**

Karakteristik konsumen yang menjadi objek penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya berdasarkan jenis kelamin konsumen dapat dapat merujuk pada Lampiran 6.



**Gambar 4.1** Karakteristik Jenis Kelamin Konsumen

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat diketahui bahwa dari 50 konsumen yang menjadi objek penelitian tentang kepuasan konsumen terhadap pelayanan di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya, 64% atau sebanyak 32 konsumen yang berjenis kelamin perempuan, sedangkan sisanya berjenis kelamin laki-laki yaitu sebesar 36% atau sebanyak 18 konsumen.

#### 4.2.2 Karakteristik Usia Konsumen

Karakteristik konsumen yang menjadi objek penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya berdasarkan usia merujuk pada Lampiran 1.

**Tabel 4.3** Karakteristik Usia Konsumen

Variabel	<i>Mean</i>	<i>Standart Deviasi</i>	<i>Min</i>	<i>Median</i>	<i>Maks</i>
Usia	38,34	7,68	19	39,5	50

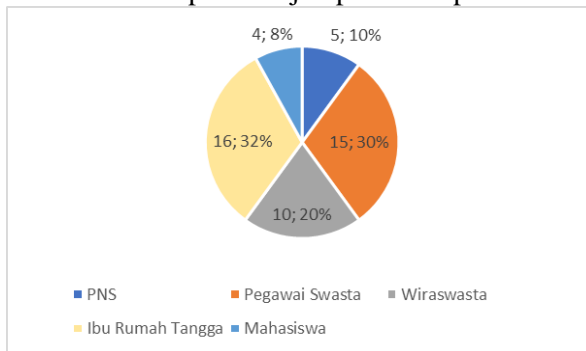
Tabel 4.3 menunjukkan bahwa rata-rata usia konsumen di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya adalah 38 tahun. Usia minimal konsumen sebesar 19 tahun dan usia maksimal yaitu 50 tahun. Median dari usia konsumen yaitu 39 tahun yang berarti bahwa sebanyak 50 dari seluruh konsumen berada dibawah umur



39 tahun, dan sisanya diatas 39 tahun. Nilai standar deviasi dari karakteristik berdasarkan usia adalah 7,68 yang berarti bahwa data mempunyai keragaman yang termasuk kecil yaitu sebesar 7,68.

#### 4.2.3 Karakteristik Jenis Pekerjaan Konsumen

Karakteristik konsumen yang menjadi objek penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya berdasarkan jenis pekerjaan konsumen dapat merujuk pada Lampiran 6.

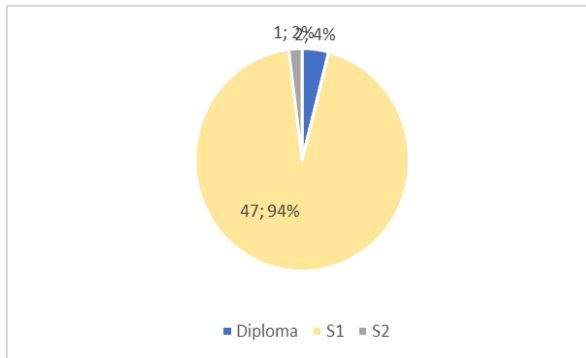


**Gambar 4.2** Karakteristik Jenis Pekerjaan Konsumen

Gambar 4.2 menunjukkan bahwa dari 50 konsumen yang menjadi objek penelitian, banyaknya konsumen yang pekerjaannya sebagai PNS sebesar 10% atau sebanyak 5 orang. Konsumen yang pekerjaannya sebagai pegawai swasta sebesar 30% atau sebanyak 15 orang. Konsumen yang pekerjaannya sebagai wiraswasta sebesar 20% atau sebanyak 10 orang. Konsumen yang pekerjaannya sebagai ibu rumah tangga sebesar 32% atau sebanyak 16 orang, sedangkan konsumen yang pekerjaannya sebagai mahasiswa sebesar 8% atau sebanyak 4 orang.

#### 4.2.4 Karakteristik Tingkat Pendidikan Konsumen

Karakteristik konsumen yang menjadi objek penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya berdasarkan tingkat pendidikan konsumen dapat merujuk pada Lampiran 6.

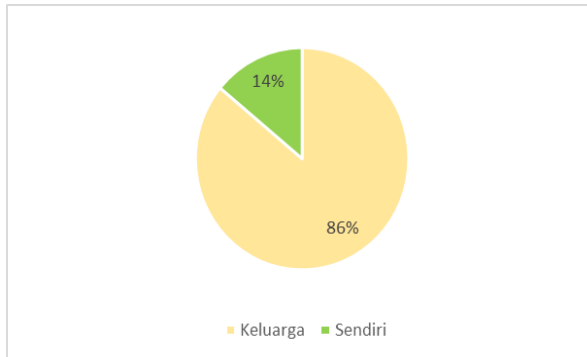


**Gambar 4.3** Karakteristik Tingkat Pendidikan Konsumen

Gambar 4.3 menunjukkan bahwa dari 50 konsumen yang menjadi objek penelitian, banyaknya konsumen yang tingkat pendidikannya S1 sebesar 94% atau sebanyak 47 orang. Konsumen yang tingkat pendidikannya Diploma sebesar 4% atau sebanyak 2 orang, sedangkan konsumen yang tingkat pendidikannya S2 sebesar 2% atau sebanyak 1 orang.

#### 4.2.5 Karakteristik Berpergian Umrah Konsumen

Karakteristik konsumen yang menjadi objek penelitian mengenai kepuasan konsumen terhadap pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya berdasarkan berpergian umrah konsumen dapat merujuk pada Lampiran 6.



**Gambar 4.4** Karakteristik Berpergian Umrah Konsumen

Gambar 4.4 menunjukkan bahwa dari 50 konsumen yang menjadi objek penelitian, banyaknya konsumen yang pergi umrah bersama keluarga sebesar 86% atau sebanyak 43 orang, sedangkan banyaknya konsumen yang pergi umrah hanya sendiri sebesar 14% atau sebanyak 7 orang.

#### **4.2.6 Karakteristik Kepuasan Konsumen**

Konsumen yang menggunakan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya secara keseluruhan menyatakan puas terhadap pelayanan yang diberikan sehingga konsumen minat menggunakan pelayanan di biro travel tersebut untuk perjalanan umrah selanjutnya, serta dapat dilihat pada Lampiran 6.

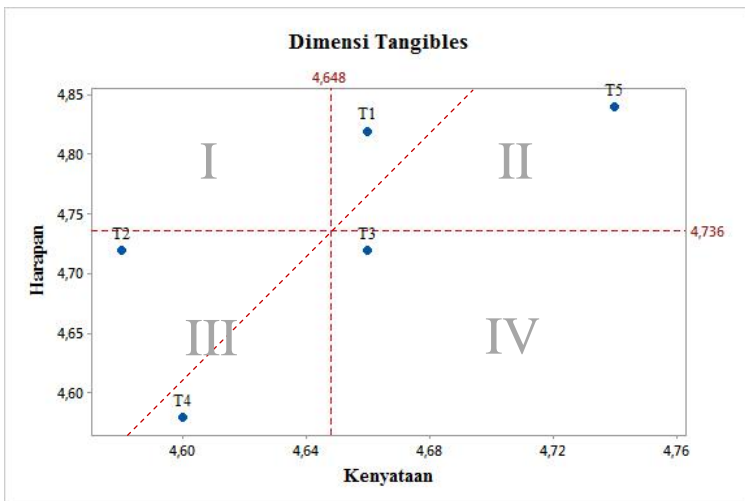
### **4.3 Analisis Kesenjangan**

Analisis kesenjangan merupakan analisis dimana bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan diplotkan ke dalam diagram kartesius. Analisis kesenjangan pada tingkat kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya diberikan untuk setiap

dimensi kualitas, yaitu dimensi *Tangibles*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Emphaty*.

#### 4.3.1 Analisis Kesenjangan Dimensi *Tangibles*

Nilai *grandmean* dari dimensi *Tangibles* untuk nilai kenyataan sebesar 4,648 dan harapan sebesar 4,736. Adapun nilai koordinat titik kenyataan dan harapan dari dimensi *Tangibles* digambarkan dengan nilai *mean* nya (secara lengkap diberikan pada Lampiran 2 dan Lampiran 3).



Keterangan : T<sub>1</sub> : Kebersihan dan kerapihan kantor di Surabaya

T<sub>2</sub> : Lahan parkir kantor di Surabaya memadai

T<sub>3</sub> : Fasilitas hotel di Arab Saudi (tempat salat, tempat jemuran, alat kebersihan, dan lain-lain)

T<sub>4</sub> : Transportasi bus selama di Arab Saudi

T<sub>5</sub> : Perlengkapan ibadah yang disediakan (kain ihram, mukena, sabuk ihram)

**Gambar 4.5** Analisis Kesenjangan Dimensi *Tangibles*

Gambar 4.5 dapat diketahui untuk kuadran III terdapat variabel T<sub>2</sub> dan T<sub>4</sub>. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terlalu penting bagi konsumen. Pada kuadran IV

terdapat variabel  $T_3$  yang menunjukkan pelayanan mengenai fasilitas hotel di Arab Saudi perlu ditingkatkan lagi agar sesuai dengan harapan konsumen. Kuadran II yang memiliki tingkat kenyataan tinggi dan harapan tinggi adalah  $T_1$  dan  $T_5$ . Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan berdasarkan kerapihan dan kebersihan kantor di Surabaya, serta perlengkapan ibadah yang disediakan telah berjalan dengan baik, namun untuk variabel kerapihan dan kebersihan kantor di Surabaya masih perlu ditingkatkan karena terlihat bahwa nilai harapan konsumen lebih tinggi daripada kenyataan, sehingga dilakukan uji hipotesis data berpasangan pada variabel  $T_1$ .

Uji kesenjangan ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah benar ada perbedaan antara harapan dan kenyataan dengan perumusan hipotesis sebagai berikut.

$$H_0 : \mu_K - \mu_H \geq 0$$

$$H_1 : \mu_K - \mu_H < 0$$

Taraf signifikan :  $\alpha = 5\%$

Statistik Uji seperti diberikan pada persamaan (2.6)

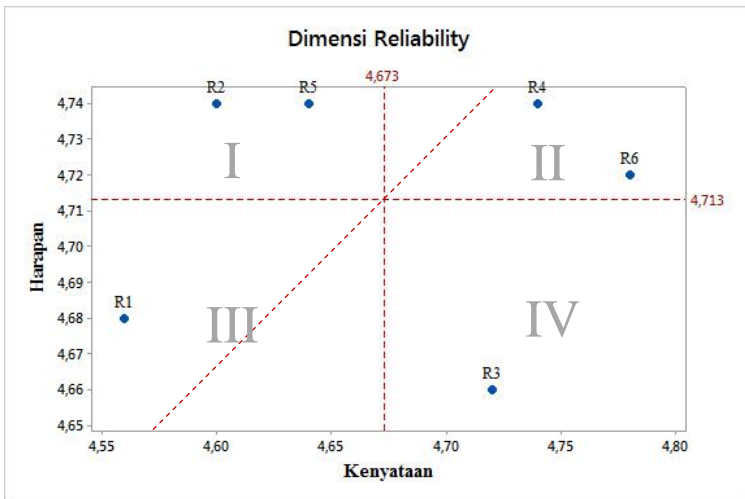
**Tabel 4.4** Uji Data Berpasangan Variabel  $T_1$

Dimensi	P-value
$T_1$	0.016

Tampak pada Tabel 4.4 menunjukkan hasil tolak  $H_0$  pada variabel  $T_1$  karena nilai  $p\text{-value} < \alpha$  yang berarti kenyataan lebih kecil daripada harapan yang berarti pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya masih perlu meningkatkan pelayanan tentang kebersihan dan kerapihan kantor di Surabaya.

#### 4.3.2 Analisis Kesenjangan Dimensi *Reliability*

Nilai *grandmean* dari dimensi *Reliability* untuk nilai kenyataan sebesar 4,673 dan harapan sebesar 4,713. Adapun nilai koordinat titik kenyataan dan harapan dari dimensi *Reliability* digambarkan dengan nilai *mean* nya (secara lengkap diberikan pada Lampiran 2 dan Lampiran 3).



Keterangan : R<sub>1</sub> : Lokasi kantor di Surabaya mudah dijangkau

R<sub>2</sub> : Prosedur pendaftaran umrah mudah dipahami

R<sub>3</sub> : Kemudahan pengurusan dokumen visa dan surat rekomendasi keberangkatan umrah

R<sub>4</sub> : Kejelasan petugas kantor di Surabaya dalam memberikan informasi

R<sub>5</sub> : Kemudahan akses mendapatkan informasi

R<sub>6</sub> : Kemudahan transaksi pendaftaran umrah

**Gambar 4.6** Analisis Kesenjangan Dimensi *Reliability*

Gambar 4.6 dapat diketahui untuk kuadran I yang memiliki tingkat kenyataan rendah dan harapan tinggi adalah variabel R<sub>2</sub> dan R<sub>5</sub>. Pada kuadran ini menunjukkan bahwa konsumen belum puas terhadap kemudahan akses mendapatkan informasi dan prosedur pendaftaran umrah, sehingga pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya harus meningkatkan pelayanan berupa pengaturan sistem informasi.

Kuadran II, terdapat dua variabel yang memiliki tingkat kenyataan tinggi dan harapan tinggi adalah variabel R<sub>6</sub> dan R<sub>4</sub>. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelayanan berdasarkan kejelasan petugas kantor di Surabaya dalam memberikan informasi hanya perlu dipertahankan karena kenyataan sudah sesuai dengan harapan konsumen, namun pelayanan berupa

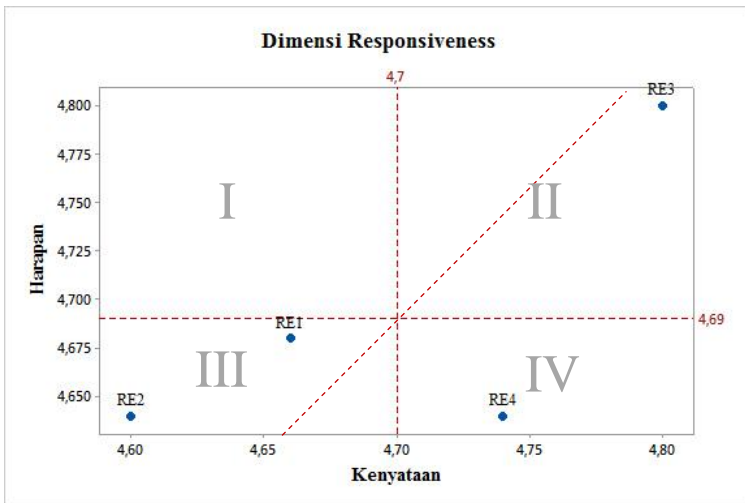
kemudahan transaksi pendaftaran umrah masih perlu ditingkatkan lagi meskipun telah berada di kuadran II karena terlihat masih ada kesenjangan antara harapan dan kenyataan pada variabel  $R_6$ .

Kuadran III, terdapat variabel  $R_1$  yaitu lokasi kantor di Surabaya mudah dijangkau. Kuadran ini menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, sehingga pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya juga tidak perlu memprioritaskan pelayanan tersebut.

Kuadran IV, terdapat variabel  $R_3$  yaitu kemudahan pengurusan dokumen visa dan surat rekomendasi keberangkatan umrah. Variabel tersebut memiliki kenyataan tinggi namun tingkat harapan rendah. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan tersebut telah berjalan dengan baik dan konsumen tidak mengharapkan lebih pada variabel tersebut.

#### **4.3.3. Analisis Kesenjangan Dimensi *Responsiveness***

Nilai *grandmean* dari dimensi *Responsiveness* untuk nilai kenyataan sebesar 4,7 dan harapan sebesar 4,69. Adapun nilai koordinat titik kenyataan dan harapan dari dimensi *Responsiveness* digambarkan dengan nilai *mean* nya (secara lengkap diberikan pada Lampiran 2 dan Lampiran 3). Kuadran III pada Gambar 4.7, terdapat variabel  $Re_1$  dan  $Re_2$ . Kuadran ini menunjukkan tingkat kepuasan yang rendah sekaligus dianggap tidak terlalu penting oleh konsumen, sehingga pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya juga tidak perlu memprioritaskan pelayanan tersebut.



Keterangan : Re<sub>1</sub> : Petugas kantor di Surabaya melayani pendaftaran konsumen dengan tanggap

Re<sub>2</sub> : Guide/ pemandu umrah

Re<sub>3</sub> : Kecepatan petugas dalam mendistribusikan makanan dan minuman selama perjalanan umrah di Arab Saudi

Re<sub>4</sub> : Tenaga kesehatan tanggap terhadap keluhan konsumen selama di Arab Saudi

**Gambar 4.7** Analisis Kesenjangan Dimensi *Responsiveness*

Gambar 4.7 dapat diketahui untuk kuadran I tidak terdapat variabel dari dimensi *responsiveness* yang masuk kedalam kuadran I. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen menganggap keandalan pelayanan di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya sangat baik sehingga tidak perlu adanya perbaikan yang sangat penting dan mendesak yang perlu dilakukan oleh PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya.

Kuadran II, terdapat variabel Re<sub>3</sub> yaitu kecepatan petugas dalam mendistribusikan makanan dan minuman selama perjalanan di Arab Saudi. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen menilai pernyataan tersebut telah berjalan dengan baik sesuai kenyataan



dan telah memenuhi harapan pengunjung sehingga pelayanan pada variabel tersebut sudah baik dan hanya perlu dipertahankan.

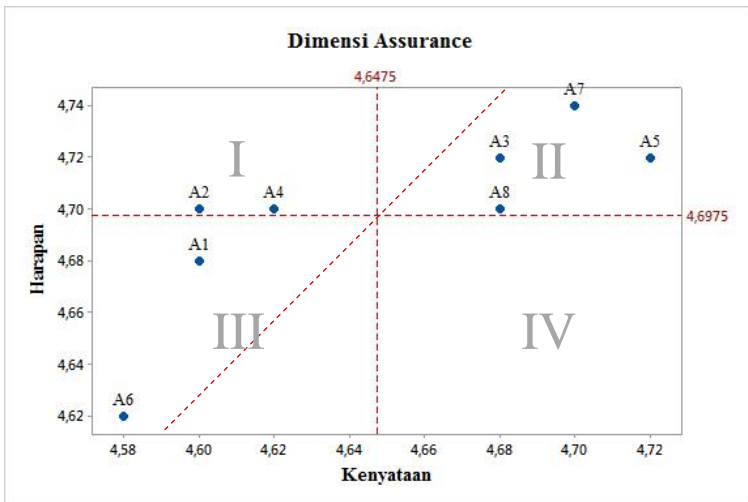
Kuadran IV, terdapat satu variabel yaitu tenaga kesehatan tanggap terhadap keluhan konsumen selama di Arab Saudi. Pada kuadran ini, kenyataan yang dirasakan konsumen telah tinggi meskipun harapannya rendah.

#### **4.3.4 Analisis Kesenjangan Dimensi *Assurance***

Nilai *grandmean* dari dimensi *Assurance* untuk nilai kenyataan sebesar 4,6475 dan harapan sebesar 4,6975. Adapun nilai koordinat titik kenyataan dan harapan dari dimensi *Assurance* digambarkan dengan nilai *mean* nya (secara lengkap diberikan pada Lampiran 2 dan Lampiran 3).

Kuadran III pada Gambar 4.8, terdapat dua variabel yaitu lahan parkir kantor di Surabaya yang aman, dan adanya asuransi. Kuadran ini menunjukkan bahwa pengunjung kurang merasa puas terhadap kedua variabel tersebut dan juga memiliki harapan yang rendah, sehingga tidak perlu diprioritaskan untuk dilakukan peningkatan.

Kuadran IV tidak terdapat variabel yang masuk. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada variabel atau pernyataan bagi konsumen tidak merasa puas dengan jaminan pelayanan yang berarti jaminan pelayanan umrah tidak memiliki nilai berlebihan yang menjadi prioritas atau dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya sebaiknya tidak terlalu mementingkan pernyataan tersebut.



Keterangan : : A<sub>1</sub> : Lahan parkir kantor di Surabaya yang aman

A<sub>2</sub> : Jumlah petugas telah memadai selama di Arab Saudi

A<sub>3</sub> : Kemudahan mendapatkan air Zam-zam di Arab Saudi

A<sub>4</sub> : Souvenir Andalus Group

A<sub>5</sub> : Jadwal keberangkatan tepat waktu

A<sub>6</sub> : Adanya asuransi

A<sub>7</sub> : Jarak hotel dengan Masjidil Haram

A<sub>8</sub> : Jarak hotel dengan Masjidil Nabawi

**Gambar 4.8** Analisis Kesenjangan Dimensi Assurance

Gambar 4.8 dapat diketahui untuk kuadran I terdapat variabel yang memiliki tingkat kenyataan rendah dan harapan tinggi adalah jumlah petugas telah memadai selama di Arab Saudi dan souvenir Andalus Group. Hal ini menunjukkan konsumen menilai bahwa harus ada peningkatan yang dilakukan oleh pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya sehingga kedua pelayanan tersebut sesuai dengan harapan konsumen.

Kuadran II, terdapat 4 variabel yaitu kemudahan mendapatkan air Zam-zam, jadwal keberangkatan tepat waktu, jarak hotel dengan Masjidil Haram, dan jarak hotel dengan Masjidil Nabawi. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen

merasa puas dan telah sesuai dengan harapan konsumen sehingga pelayanan pada variabel tersebut sudah baik dan hanya perlu dipertahankan oleh pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya. Namun untuk variabel kemudahan mendapatkan air Zam-zam dan jarak hotel dengan Masjidil Haram masih perlu ditingkatkan karena terlihat bahwa nilai harapan konsumen lebih besar daripada kenyataan, sehingga dilakukan uji hipotesis data berpasangan pada variabel  $A_3$  dan  $A_7$ .

Uji kesenjangan ini perlu dilakukan untuk mengetahui apakah benar ada perbedaan antara harapan dan kenyataan dengan perumusan hipotesis sebagai berikut.

$$H_0 : \mu_K - \mu_H \geq 0$$

$$H_1 : \mu_K - \mu_H < 0$$

Taraf signifikan :  $\alpha = 5\%$

Statistik Uji seperti diberikan pada persamaan (2.6)

**Tabel 4.5** Uji Data Berpasangan Variabel  $A_3$  dan  $A_7$

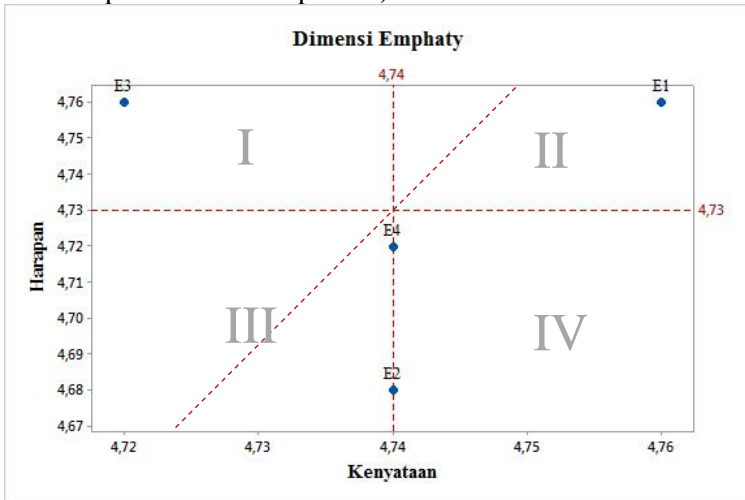
Dimensi	P-value
$A_3$	0.299
$A_7$	0.266

Tampak pada Tabel 4.5 menunjukkan hasil gagal tolak  $H_0$  pada variabel  $A_3$  karena nilai  $p\text{-value} > \alpha$  dan untuk variabel  $A_7 > \alpha$  yang berarti kenyataan lebih besar daripada harapan yang berarti pelayanan yang diberikan oleh pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya mengenai kemudahan mendapatkan air Zam-zam dan jarak hotel dengan Masjidil Haram telah memuaskan konsumen sehingga kedua variabel tersebut hanya perlu dipertahankan.

#### 4.3.5 Analisis Kesenjangan Dimensi *Emphaty*

Nilai *grandmean* dari dimensi *Emphaty* untuk nilai kenyataan sebesar 4,74 dan harapan sebesar 4,73. Adapun nilai koordinat titik kenyataan dan harapan dari dimensi *Emphaty*

digambarkan dengan nilai *mean* nya (secara lengkap diberikan pada Lampiran 2 dan Lampiran 3).



Keterangan : E<sub>1</sub>: Petugas kantor di Surabaya peduli dan membantu konsumen untuk memenuhi persyaratan pendaftaran yang kurang  
 E<sub>2</sub>: Keramahan petugas kantor di Surabaya dalam melayani konsumen  
 E<sub>3</sub>: Petugas kantor di Surabaya berpakaian rapi  
 E<sub>4</sub>: Pelayanan yang baik selama di hotel Arab Saudi

**Gambar 4.9** Analisis Kesenjangan Dimensi *Emphaty*

Gambar 4.9 dapat diketahui untuk kuadran I terdapat variabel petugas kantor di Surabaya berpakaian rapi. Variabel tersebut harus diprioritaskan karena kenyataannya rendah sementara harapannya tinggi. Kuadran II, terdapat variabel petugas kantor di Surabaya peduli dan membantu konsumen untuk memenuhi persyaratan pendaftaran yang kurang. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsumen telah merasa puas dan telah sesuai dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut, sehingga pihak PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya hanya perlu mempertahankan pelayanan yang sudah dirasa baik tersebut.

Kuadran IV, terdapat variabel keramahan petugas dalam melayani konsumen dan pelayanan yang baik selama di hotel Arab Saudi. Hal ini menunjukkan bahwa kenyataan yang dirasakan oleh konsumen cukup tinggi meskipun harapannya rendah.

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Sebanyak 64% konsumen atau 32 konsumen berjenis kelamin perempuan, sedangkan 36% atau 18 konsumen berjenis kelamin laki-laki. Usia rata-rata jamaah umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel yaitu 39 tahun. Jenis pekerjaan paling banyak sebesar 32% yaitu terdapat pada pekerjaan ibu rumah tangga. Rata-rata tingkat pendidikan konsumen yaitu S1 yaitu sebesar 94%. Saat berpergian umrah, sebesar 86% konsumen berpergian umrah bersama keluarga. Secara keseluruhan konsumen merasa puas terhadap pelayanan umrah dan minat untuk kembali umrah menggunakan layanan di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya.
2. Kepuasan konsumen menurut masing-masing dimensi yaitu :
  - a. Dimensi *tangibles*, masih terdapat sedikit ketidakpuasan terhadap pelayanan kebersihan dan kerapihan kantor di Surabaya yang masih perlu ditingkatkan agar konsumen menjadi puas.
  - b. Dimensi *reliability*, masih terdapat variabel yang harus diprioritaskan untuk ditingkatkan, yaitu kemudahan akses mendapatkan informasi dan prosedur pendaftaran umrah mudah dipahami.
  - c. Dimensi *responsiveness*, semua layanan sudah dirasakan memuaskan oleh konsumen.
  - d. Dimensi *assurance*, terdapat variabel yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan yaitu jumlah petugas telah memadai selama di Arab Saudi dan souvenir Andalus Group.

- e. Dimensi *emphaty*, terdapat pelayanan yang menjadi prioritas utama yaitu petugas kantor di Surabaya berpakaian rapi.

## **5.2 Saran**

Saran yang dapat diberikan kepada PT. Al Andalus Nusantara Travel untuk meningkatkan pelayanan yang masih tidak sesuai harapan konsumen yaitu pelayanan kebersihan dan kerapihan kantor di Surabaya, kemudahan akses informasi, prosedur pendaftaran umrah, jumlah petugas telah memadai selama di Arab Saudi, souvenir Andalus Group, dan petugas kantor di Surabaya berpakaian rapi.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ampel, I. (2014, Juni 09). *Dasar Ibadah Haji*. Retrieved from  
Kemenag: <http://haji.kemenag.go.id>
- Arifin, H.Ir. Agus (2009). *Peta Perjalanan Haji dan Umrah*.  
Jakarta: Penerbit PT. Elex Media Komputindo
- Azwar, Saifuddin. (2000). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta:  
Pustaka Belajar
- Cochran, W. G. (1977). *Teknik Penarikan Sampel*, Jakarta: UI-  
Press.
- Djali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sudaryono. (2012). *Statistika Probabilitas*. Yogyakarta: Andi
- Sugiyono.(2007). *Metode Penelitian pendidikan pendekatan  
kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supranto. (2001). *Statistik teori dan aplikasi*. Edisi 6. Jakarta :  
Erlangga.
- Tjiptono, F. (2000). *Perspektif Manajemen dan Pemasaran  
Konterporer*. Edisi 1, Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Walpole, Ronald E. (1995). *Pengantar Statistika*. Edisi ke-3,  
Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Karakteristik Usia Konsumen

Descriptive Statistics: Umur					
Variable	Mean	StDev	Minimum	Median	Maximum
Umur	38,34	7,68	19,00	39,50	50,00

### Lampiran 2. Nilai *Mean* dan *GrandMean* Kenyataan

Mean	Dimensi				
Variabel ke-	Tangibel	Reliability	Responsiveness	Assurance	Emphaty
1	4,66	4,56	4,66	4,60	4,76
2	4,58	4,60	4,60	4,60	4,74
3	4,66	4,72	4,80	4,68	4,72
4	4,60	4,74	4,74	4,62	4,74
5	4,74	4,64		4,72	
6		4,78		4,58	
7				4,70	
8				4,68	
GrandMean	4,648	4,673	4,700	4,6475	4,740

### Lampiran 3. Nilai *Mean* dan *GrandMean* Harapan

Mean	Dimensi				
Variabel ke-	Tangibel	Reliability	Responsiveness	Assurance	Emphaty
1	4,82	4,68	4,68	4,68	4,76
2	4,72	4,74	4,64	4,7	4,68
3	4,72	4,66	4,8	4,72	4,76
4	4,58	4,74	4,64	4,7	4,72
5	4,84	4,74		4,72	
6		4,72		4,62	
7				4,74	
8				4,7	
GrandMean	4,736	4,713333	4,690	4,6975	4,730

#### Lampiran 4. Uji Data Berpasangan Variabel $T_1$

##### Paired T-Test and CI: KVarT1; HVarT1

Paired T for KVarT1 - HVarT1

	N	Mean	StDev	SE Mean
KVarT1	50	4,6600	0,5194	0,0735
HVarT1	50	4,8200	0,3881	0,0549
Difference	50	-0,1600	0,5095	0,0721

95% upper bound for mean difference: -0,0392

T-Test of mean difference = 0 (vs < 0): T-Value = -2,22 P-Value = 0,016

#### Lampiran 5. Uji Data Berpasangan Variabel $A_3$ dan $A_7$

##### Paired T-Test and CI: KVarA3; HVarA3

Paired T for KVarA3 - HVarA3

	N	Mean	StDev	SE Mean
KVarA3	50	4,6800	0,5127	0,0725
HVarA3	50	4,7200	0,4536	0,0641
Difference	50	-0,0400	0,5330	0,0754

95% upper bound for mean difference: 0,0864

T-Test of mean difference = 0 (vs < 0): T-Value = -0,53 P-Value = 0,299

##### Paired T-Test and CI: KVarA7; HVarA7

Paired T for KVarA7 - HVarA7

	N	Mean	StDev	SE Mean
KVarA7	50	4,7000	0,5051	0,0714
HVarA7	50	4,7400	0,4431	0,0627
Difference	50	-0,0400	0,4499	0,0636

95% upper bound for mean difference: 0,0667

T-Test of mean difference = 0 (vs < 0): T-Value = -0,63 P-Value = 0,266

**Lampiran 6. Data Konsumen**

Responden	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>
1	49	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
2	38	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
3	27	P	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
4	46	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
5	42	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
6	37	P	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
7	41	L	Pegawai Swasta	Diploma	Keluarga	Ya	Ya
8	37	L	PNS	S1	Keluarga	Ya	Ya
9	44	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
10	22	P	Mahasiswa	S1	Keluarga	Ya	Ya
11	42	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Sendiri	Ya	Ya
12	35	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
13	37	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
14	19	P	Mahasiswa	S1	Keluarga	Ya	Ya
15	37	P	Wiraswasta	S1	Sendiri	Ya	Ya
16	35	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
17	45	L	Wiraswasta	S1	Sendiri	Ya	Ya
18	41	P	Ibu Rumah Tangga	Diploma	Keluarga	Ya	Ya
19	48	L	PNS	S1	Keluarga	Ya	Ya
20	43	P	PNS	S1	Sendiri	Ya	Ya
21	39	L	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
22	48	P	PNS	S1	Keluarga	Ya	Ya

**Lampiran 6. lanjutan**

Responden	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>
23	20	P	Mahasiswa	S1	Keluarga	Ya	Ya
24	35	L	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
25	35	P	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
26	25	P	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
27	35	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
28	40	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
29	42	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
30	36	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
31	44	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Sendiri	Ya	Ya
32	35	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
33	38	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
34	26	L	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
35	45	P	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
36	23	P	Mahasiswa	S1	Keluarga	Ya	Ya
37	41	L	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
38	48	P	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
39	47	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
40	48	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
41	40	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
42	34	L	Pegawai Swasta	S1	Sendiri	Ya	Ya

**Lampiran 6. lanjutan**

Responden	X <sub>1</sub>	X <sub>2</sub>	X <sub>3</sub>	X <sub>4</sub>	X <sub>5</sub>	X <sub>6</sub>	X <sub>7</sub>
43	50	L	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
44	37	P	Wiraswasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
45	43	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
46	42	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
47	44	L	PNS	S2	Keluarga	Ya	Ya
48	36	P	Ibu Rumah Tangga	S1	Keluarga	Ya	Ya
49	43	P	Pegawai Swasta	S1	Keluarga	Ya	Ya
50	33	P	Pegawai Swasta	S1	Sendiri	Ya	Ya

Keterangan.

X<sub>1</sub> : Usia

X<sub>2</sub> : Jenis Kelamin

X<sub>3</sub> : Jenis Pekerjaan

X<sub>4</sub> : Tingkat pendidikan

X<sub>5</sub> : Pergi bersama keluarga atau sendiri

X<sub>6</sub> : Minat untuk umrah kembali

X<sub>7</sub> : Kepuasan secara keseluruhan

**Lampiran 7. Data Kenyataan dan Harapan Dimensi *Tangibles***

Responden	Kenyataan					Harapan				
	T <sub>1</sub>	T <sub>2</sub>	T <sub>3</sub>	T <sub>4</sub>	T <sub>5</sub>	T <sub>1</sub>	T <sub>2</sub>	T <sub>3</sub>	T <sub>4</sub>	T <sub>5</sub>
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5
5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
50	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5

**Lampiran 8.** Data Kenyataan dan Harapan Dimensi *Reliability*

Responden	Kenyataan						Harapan					
	R <sub>1</sub>	R <sub>2</sub>	R <sub>3</sub>	R <sub>4</sub>	R <sub>5</sub>	R <sub>6</sub>	R <sub>1</sub>	R <sub>2</sub>	R <sub>3</sub>	R <sub>4</sub>	R <sub>5</sub>	R <sub>6</sub>
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5
3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4
50	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4

**Lampiran 9.** Data Kenyataan dan Harapan Dimensi *Responsiveness*

Responden	Kenyataan				Harapan			
	Re <sub>1</sub>	Re <sub>2</sub>	Re <sub>3</sub>	Re <sub>4</sub>	Re <sub>1</sub>	Re <sub>2</sub>	Re <sub>3</sub>	Re <sub>4</sub>
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	5	4	4	5	4
...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	4	5	4	4	4	4	4	3
50	5	4	4	5	4	5	5	5

**Lampiran 10.** Data Kenyataan dan Harapan Dimensi *Assurance*

Responden	Kenyataan							
	A <sub>1</sub>	A <sub>2</sub>	A <sub>3</sub>	A <sub>4</sub>	A <sub>5</sub>	A <sub>6</sub>	A <sub>7</sub>	A <sub>8</sub>
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	5	5	5	4	4	4	4	5
50	4	5	5	5	5	4	4	5



**Lampiran 10. lanjutan**

Responden	Harapan							
	A <sub>1</sub>	A <sub>2</sub>	A <sub>3</sub>	A <sub>4</sub>	A <sub>5</sub>	A <sub>6</sub>	A <sub>7</sub>	A <sub>8</sub>
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	5	5	5	4	4	4
3	4	5	4	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4
...								
...								
49	4	3	5	5	4	5	4	4
50	4	5	4	4	5	5	4	4

**Lampiran 11. Data Kenyataan dan Harapan Dimensi *Emphaty***

Responden	Kenyataan				Harapan			
	E <sub>1</sub>	E <sub>2</sub>	E <sub>3</sub>	E <sub>4</sub>	E <sub>1</sub>	E <sub>2</sub>	E <sub>3</sub>	E <sub>4</sub>
1	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	4	4	4	5	4	4	4
4	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4
...	...	...	...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...	...	...	...
49	5	5	4	5	4	5	4	4
50	5	5	4	5	5	4	5	5

**Lampiran 12. Tabel r**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509

**Lampiran 12. lanjutan**

<b>6</b>	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
<b>7</b>	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
<b>8</b>	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
<b>9</b>	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
<b>10</b>	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
<b>11</b>	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
<b>12</b>	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
<b>13</b>	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
<b>14</b>	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
<b>15</b>	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
<b>16</b>	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
<b>17</b>	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
<b>18</b>	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
<b>19</b>	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
<b>20</b>	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
<b>21</b>	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
<b>22</b>	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
<b>23</b>	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
<b>24</b>	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
<b>25</b>	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
<b>26</b>	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
<b>27</b>	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
<b>28</b>	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
<b>29</b>	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
<b>30</b>	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
<b>31</b>	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
<b>32</b>	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392

**Lanjutan 12. lanjutan**

<b>33</b>	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
<b>34</b>	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
<b>35</b>	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
<b>36</b>	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
<b>37</b>	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
<b>38</b>	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
<b>39</b>	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
<b>40</b>	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
<b>41</b>	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
<b>42</b>	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
<b>43</b>	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
<b>44</b>	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
<b>45</b>	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
<b>46</b>	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
<b>47</b>	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
<b>48</b>	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
<b>49</b>	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
<b>50</b>	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

### Lampiran 13. Kuesioner

#### KUESIONER SURVEI “ANALISIS KEPUASAN PELAYANAN UMRAH DI PT. AL ANDALUS NUSANTARA TRAVEL SURABAYA”

Dalam rangka untuk menyelesaikan Tugas Akhir, saya mahasiswa Departemen Statistika Bisnis ITS ingin mengadakan survei mengenai analisis kepuasan pelayanan umrah di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya. Data yang anda berikan dijamin kerahasiannya. Oleh karna itu, semua info yang diberikan oleh bapak/ ibu/ saudara mohon dijawab dengan sebenar-benarnya. Demikian atas kerjasama dan bantuannya kami ucapkan terimakasih.

#### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia : ☐ tahun
4. Pekerjaan :
5. Tingkat Pendidikan :
6. Pergi Umrah : ☐ Sendiri ☐ Berkeluarga Lainnya .....

#### II. DAFTAR PERNYATAAN

PETUNJUK :

Untuk pernyataan berikut, mohon Saudara/i berkenan memberi jawaban sesuai dengan keadaan yang dirasakan selama menggunakan layanan umrah di PT. AL Andalus Nusantara Travel Surabaya, dengan cara memberikan tanda (√) pada salah satu nomor berdasarkan prioritas atau tingkat kepuasan terhadap layanan umrah di PT. AL Andalus Nusantara Travel Surabaya.

- (1) Sangat Tidak Puas    (2) Tidak Puas    (3) Biasa    (4) Puas    (5) Sangat Puas

Dimensi <i>Tangible</i>										
Harapan					Indikator	Kenyataan				
1	2	3	4	5		1	2	3	4	5
					Kebersihan dan kerapian kantor di Surabaya					
					Lahan parkir kantor di Surabaya memadai					
					Fasilitas hotel di Arab Saudi (tempat salat, tempat jemuran, alat kebersihan, kunci cadangan)					
					Transportasi bus selama di Arab Saudi					
					Perlengkapan ibadah yang disediakan (kain ihram, mukena, sabuk ihram)					

### Lampiran 13. lanjutan

(1) Sangat Tidak Puas    (2) Tidak Puas    (3) Biasa    (4) Puas    (5) Sangat Puas

<b>Dimensi Reliability</b>										
<b>Harapan</b>					<b>Indikator</b>	<b>Kenyataan</b>				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
					Lokasi kantor di Surabaya mudah dijangkau					
					Prosedur pendaftaran umrah mudah dipahami					
					Kemudahan pengurusan dokumen visa dan surat rekomendasi keberangkatan umrah					
					Kejelasan petugas kantor di Surabaya dalam memberikan informasi					
					Kemudahan akses mendapatkan informasi (website)					
					Kemudahan transaksi pendaftaran umrah					

(1) Sangat Tidak Puas    (2) Tidak Puas    (3) Biasa    (4) Puas    (5) Sangat Puas

<b>Dimensi Responsiveness</b>										
<b>Harapan</b>					<b>Indikator</b>	<b>Kenyataan</b>				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
					Petugas kantor di Surabaya melayani pendaftaran konsumen dengan tanggap					
					Guide/ pemandu umrah					
					Kecepatan petugas dalam mendistribusikan makanan dan minuman selama perjalanan umrah di Arab Saudi					
					Tenaga kesehatan tanggap terhadap keluhan konsumen selama di Arab Saudi					

### Lampiran 13. lanjutan

(1) Sangat Tidak Puas    (2) Tidak Puas    (3) Biasa    (4) Puas    (5) Sangat Puas

<b>Dimensi Assurance</b>										
<b>Harapan</b>					<b>Indikator</b>	<b>Kenyataan</b>				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
					Lahan parkir kantor di Surabaya yang aman					
					Jumlah petugas telah memadai selama di Arab Saudi					
					Kemudahan mendapatkan air Zam-zam di Arab Saudi					
					Souvenir Andalus Group					
					Jadwal keberangkatan tepat waktu					
					Adanya asuransi					
					Jarak hotel dengan Masjidil Haram					
					Jarak hotel dengan Masjid Nabawi					

(1) Sangat Tidak Puas    (2) Tidak Puas    (3) Biasa    (4) Puas    (5) Sangat Puas

<b>Dimensi Emphaty</b>										
<b>Harapan</b>					<b>Indikator</b>	<b>Kenyataan</b>				
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
					Petugas kantor di Surabaya peduli dan membantu konsumen untuk memenuhi persyaratan pendaftaran yang kurang					
					Keramahan petugas kantor di Surabaya dalam melayani konsumen					
					Petugas kantor di Surabaya berpakaian rapi					
					Pelayanan yang baik selama di hotel Arab Saudi					

### Lampiran 13. lanjutan

Apakah anda **minat** menggunakan layanan umrah di PT. Andalus Nusantara Travel Surabaya untuk perjalanan umrah selanjutnya ?

☐ Ya

☐ Tidak

Apakah secara keseluruhan anda **puas** menggunakan pelayanan umrah di PT. Andalus Nusantara Travel Surabaya ?

☐ Ya

☐ Tidak

Apa saran yang anda berikan untuk pelayanan umrah di PT. Andalus Nusantara Travel Surabaya ?

.....  
 .....

**Terima kasih atas ketersediaan Anda untuk mengisi kuesioner ini. Hasil dari kuesioner ini sangat berarti bagi kami.**

Responden

(.....)

**Lampiran 14. Surat Pernyataan Data Primer****SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, mahasiswa Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS :

Nama : Ardityan Purbo Adhitama

NRP : 1314030013


Menyatakan bahwa data yang digunakan dalam Tugas Akhir ini merupakan data primer yang diambil secara langsung yaitu

Sumber : Data Primer


Keterangan : (Kuesioner Kepuasan Pelayanan Konsumen di PT. Al Andalus Nusantara Travel Surabaya)

Surat Pernyataan ini dibuat dengan sebenarnya. Apabila terdapat pemalsuan data, maka saya siap menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku.

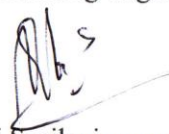
Mengetahui,  
Pemberi Izin,

  
(M. TAUFUQ AH. SH)  
Jabatan. **LEGAL OFFICER / PENGAWAS**

Surabaya, 6-06-2017  
Yang Membuat Pernyataan

  
(Ardityan Purbo Adhitama)  
NRP.1314030013

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing Tugas Akhir

  
(Dra. Destri Susilaningrum, M.Si)  
NIP. 19601213 198601 2 001



## BIODATA PENULIS



Nama Ardityan Purbo Adhitama. Penulis dilahirkan di Kediri pada 18 Juli 1996 sebagai anak pertama dari dua bersaudara. Penulis bertempat tinggal di Surabaya, Jawa Timur. Menempuh pendidikan di TK Cahaya Muda, SDN Lidah Wetan 463, SMPN 28 Surabaya dan SMAN 16 Surabaya. Setelah lulus dari SMA, penulis melanjutkan pendidikan di Diploma III

Departemen Statistika Bisnis Fakultas Vokasi ITS dan menjadi bagian dari keluarga Pioneer. Selama masa perkuliahan penulis aktif dalam mengikuti beberapa kegiatan seperti menjadi sie acara OKKBK 2015, sie publikasi PRS 2016 . Penulis juga mendapat kesempatan untuk Kerja Praktek di PLN Surabaya. Bila pembaca memiliki kritik dan saran dapat dikirim melalui email penulis [Tyanpurbo@gmail.com](mailto:Tyanpurbo@gmail.com)

*(Halaman ini Sengaja Dikosongkan)*